

PEMANFAATAN *MEDIA CENTER* DALAM PELAYANAN PUBLIK SEBAGAI UPAYA MEWUJUDKAN SURABAYA *SMART CITY*

Trafika Anggini
trafika.anggini@gmail.com

Rini Rachmawati
r_rachmawati@geo.ugm.ac.id

Abstract

Public service that based on information and communication technology (ICT) has been made by the government of Surabaya City to provide Media Center as an information, complaints, and suggestions services. This research aims to identify the services of Media center, its utilization by the community, and the existences of Media Center in realizing the Surabaya Smart City. The research method used is qualitative method. The result showed that Media Center is a ICT-based program by the Government of Surabaya that used to receive entries from the community through a variety of media. The entries related to the program and performance of the government, environment, social, infrastructure, and facilities. Beside that, Media Center supports the realization of Surabaya Smart City by utilizing ICT in Surabaya City which is supported by several other government programs.

Keywords : Smart city, public service, utilization, Media Center

Abstrak

Layanan publik berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) ini telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya dengan menyediakan *Media Center* sebagai layanan informasi, pengaduan, keluhan, dan saran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi layanan *Media Center*, pemanfaatannya oleh masyarakat, dan keberadaan *Media Center* dalam mewujudkan Surabaya *Smart City*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Media Center* merupakan program berbasis TIK dari Pemerintah Kota Surabaya yang digunakan untuk menerima masukan dari masyarakat melalui ragam media yang disediakan. Masukan tersebut berkaitan dengan program dan kinerja pemerintah, lingkungan, sosial, sarana dan prasarana. Selain itu, layanan publik *Media Center* menunjang terwujudnya Surabaya *Smart City* dengan memanfaatkan perkembangan TIK di Kota Surabaya yang ditunjang dengan beberapa program pemerintah lainnya.

Kata kunci: *Smart city*, layanan publik, pemanfaatan, *Media Center*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi pada masa sekarang telah mengubah sebagian pola aktivitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Kemudahan dalam mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi khususnya pada bidang pelayanan publik sebagai salah satu contoh dari perkembangan teknologi dan komunikasi. Hadirnya layanan publik yang berbasis pada penggunaan teknologi sejalan dengan konsep *smart city*. Adapun penyelenggara layanan publik ini merupakan peran pemerintah setempat. Kebijakan yang mengarah pada layanan publik yang berbasis pada teknologi yakni *e-government* yang biasanya mengacu pada penggunaan teknologi informasi meliputi teknologi informasi dan komunikasi dan teknologi komunikasi berbasis web lain untuk meningkatkan dan mengembangkan efisiensi dan efektivitas pelayanan di sektor publik (Harris, 2000 dalam Sharma dkk, 2012)

Salah satu kota yang telah mengembangkan layanan publik berbasis teknologi adalah Kota Surabaya. Layanan publik yang telah dikembangkan oleh Pemerintah Kota Surabaya salah satunya adalah *Media Center* Pemerintah Kota Surabaya. *Media Center* diselenggarakan untuk menampung berbagai masukan dari masyarakat dalam bentuk keluhan, informasi, maupun saran untuk membantu proses pembangunan kota yang dapat dilakukan melalui beragam media. Dengan merujuk pada hal tersebut, maka penelitian ini

bertujuan untuk mengidentifikasi layanan, pemanfaatan, dan mengidentifikasi keberadaan *Media Center* dalam mewujudkan Surabaya *Smart City*.

Era teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih memberikan kontribusi dalam pengelolaan perkotaan. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan perkotaan (pengelolaan perkotaan berbasis TIK) diharapkan dapat mempermudah, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan efektivitas kegiatan pengelolaan perkotaan. Di samping itu, dengan berkembangnya TIK dan meningkatnya peran ruang virtual, ruang absolut (berkaitan dengan tempat, konsentrasi, dan distribusi) menjadi tidak harus ditekankan lagi keberadaanya (Rachmawati, 2014).

Bentuk pengelolaan perkotaan berbasis pada teknologi merupakan salah satu contoh dari penerapan konsep *smart city*. Telah banyak definisi *Smart city* yang dikemukakan oleh peneliti dari berbagai bidang keahlian. Hingga saat ini, definisi dari *Smart city* selalu berkembang mengikuti perkembangan yang terjadi. Konsep *Smart city* dikenal juga dengan sebutan lain dengan penekanan aspek tertentu seperti *intelligent city*, *information city*, *knowledge city*, *techno city*, dan lain sebagainya (Monfaredzadeh dan Krueger, 2015). Meskipun konsep ini dapat menyentuh berbagai bidang keahlian, namun *Smart city* secara pasti dibentuk oleh perkembangan teknologi dan proses pembangunan

perkotaan (Angelidou, 2015). *Smart city* dapat dijabarkan sebagai cara menciptakan kota yang lebih baik, lebih berkelanjutan, dimana kualitas hidup masyarakat lebih tinggi, lingkungan yang layak huni, dan prospek ekonomi yang kuat (Lee, Hancock, dan Hu, 2014).

Konsep *smart city* melalui pendekatan pengembangan mempertimbangkan beragam isu dalam pengkajiannya seperti kesadaran, fleksibilitas, kemampuan bertransformasi, sinergi, individualitas, dapat mengambil keputusan sendiri, dan kebiasaan yang strategis (Giffinger dkk, 2007 dalam Chourabi dkk, 2012). Adapun menurut laporan akhir *Smart city – Ranking of European medium-sized cities*, terdapat 6 karakteristik *smart city* yakni *smart economy*, *smart people*, *smart governance*, *smart mobility*, *smart environment*, dan *smart living*. *Smart Governance* ditunjang dari faktor utama partisipasi. Upaya penggunaan teknologi tersebut diwujudkan dalam bentuk *e-government*. *E-government* secara umum dianggap sebagai reformasi administrasi publik yang bertujuan untuk meningkatkan arus informasi dan transparansi (Rodriguez dkk, 2006 dalam Rodrigues dkk, 2012).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Variabel penelitian yang digunakan yakni media layanan, tujuan pelayanan, alur pelayanan, Jenis pelayanan yang dimanfaatkan,

tujuan pemanfaatan, dan implementasi masukan. Adapun teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, studi dokumen, dan dokumentasi.

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang berasal dari institusi yang dalam hal ini Pemerintah Kota Surabaya. Adapun data primer diperoleh dari hasil dilapangan melalui observasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah Kota Surabaya telah mencanangkan berbagai program yang berbasis pada teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu layanan tersebut adalah *Media Center*. Layanan *Media Center* sebagai salah satu program unggulan Pemerintah Kota Surabaya untuk menjangkau partisipasi masyarakat terkait permasalahan di lingkungan masyarakat. Partisipasi masyarakat tersebut dalam bentuk masukan yang dapat dibagi menjadi keluhan, pertanyaan informasi, saran, dan aspirasi yang dapat disalurkan melalui beragam media yang disediakan.

Media-media yang disediakan oleh pemerintah untuk menjangkau masukan dari masyarakat diantaranya yakni:

1. Telepon 031-5456290.
2. *Toll free* nomor 08001404122.
3. SMS/MMS 081230257000.
4. Faksimile nomor 031-5463435.
5. Situs www.surabaya.go.id.
6. *Official Facebook Fan Page* Sapawarga Kota Surabaya.

7. Twitter dengan akun @SapawargaSby.
8. Surat elektronik dengan alamat mediacenter@surabaya.go.id.
9. Portal www.sapawarga.surabaya.go.id.

Pemerintah Kota Surabaya menjalankan program *Media Center* dengan tujuan memberikan informasi kepada masyarakat, meningkatkan

partisipasi masyarakat dalam memberikan masukan kepada pemerintah terkait permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat, mempermudah dan mempercepat kerja pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat. Alur pelayanan informasi dan keluhan *Media Center* Kota Surabaya seperti pada bagan 1.



Bagan 1. Alur Pelayanan Informasi dan Keluhan *Media Center* Kota Surabaya

Tabel 1. Jumlah Bentuk Masukan *Media Center* Tahun 2012-2014

No	Masukan	Tahun		
		2012	2013	2014
		(dalam %)		
1	Keluhan	69,05	37,81	40,29
2	Saran	6,11	5,24	1,79
3	Permintaan informasi	18,33	52,49	55,94
4	Apresiasi	6,51	4,45	1,98
	Total	100,00	100,00	100,00

Sumber: RKM 2012-2014 dan Hasil Pengolahan, 2015

Bentuk masukan yang ada pada *Media Center* setiap tahun

tidaklah sama. Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2012, bentuk masukan terbanyak adalah keluhan yakni 69,05% dari seluruh masukan pada tahun tersebut yang kemudian disusul bentuk masukan pertanyaan informasi, apresiasi, dan saran. Hal ini berbeda dengan tahun 2013 dan 2014 dimana penerimaan masukan berupa pertanyaan informasi menempati posisi pertama.

Hal menarik yang diperoleh dari data adalah adanya peningkatan jumlah pertanyaan informasi yang terjadi pada tahun 2013. Tahun 2012, jumlah pertanyaan informasi hanya sebesar 18,33% dari keseluruhan

masuk pada tahun tersebut. Namun pada tahun 2013, bentuk masukan pertanyaan informasi meningkat sebesar 52,49%. Dari segi jumlah terjadi kenaikan jumlah sebanyak hampir 5 kali lipat. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat Kota Surabaya banyak memanfaatkan layanan *Media Center* untuk mengetahui beragam informasi yang mereka butuhkan. *Media Center* telah dipercaya tidak hanya untuk melaporkan permasalahan yang ada di Kota Surabaya tetapi juga sebagai tempat dimana masyarakat mendapatkan informasi.

Media Center Pemerintah Kota Surabaya telah terhubung dengan seluruh SKPD dan Unit yang ada di Kota Surabaya. Operator *Media Center* akan mendisposisikan masukan sesuai dengan tugas pokok dari masing-masing SKPD dan Unit.

Tabel 2. 10 SKPD dan Unit Penerima Masukan Terbanyak pada *Media Center* Tahun 2014

No	Instansi	Masukan
1	DKP	399
2	DPUBMP	380
3	BKD	303
4	DISHUB	91
5	DISPENDIK	62
6	PDAM Surya Sembada	49
7	Satpol PP	33
8	DCKTR	26
9	DISPENDUKCAPIL	25
10	DISNAKER	14

Sumber: RKM, 2014

Pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa SKPD yang menerima masukan terbanyak adalah DKP dengan jumlah masukan terbanyak yang diantaranya seperti keluhan PJU

padam, pembuangan sampah, dan pemangkasan pohon. SKPD kedua dengan penerimaan terbanyak yakni DPUBMP dengan keluhan seperti jalan rusak, peletakan box culvert, dan pengerukan saluran. Selain 10 SKPD dan unit pada tabel 2, terdapat 55 SKPD dan unit lain yang juga menerima masukan dari masyarakat melalui *Media Center*. Beberapa unit yang menerima masukan seperti kelurahan dan kecamatan di Kota Surabaya dengan masukan mengenai pelayanan pada kelurahan dan kecamatan.

Pada *Media Center*, jumlah masukan tiap bulan tidaklah sama. Jumlah masukan tiap bulan tentunya didasarkan pada kebutuhan masyarakat dalam mengakses *Media Center*. Pada bulan-bulan tertentu, jumlah masukan pada *Media Center* dalam jumlah besar. Banyaknya masukan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti adanya suatu kegiatan pemerintah di Kota Surabaya sehingga masyarakat menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan tersebut.

Tabel 3. Jumlah Masukan berdasarkan Pemasukan Bulanan pada *Media Center* Tahun 2012-2014

No	Bulan	Masukan		
		2012	2013	2014
1	Januari	215	304	320
2	Februari	202	249	287
3	Maret	233	222	248
4	April	214	214	253
5	Mei	335	336	258
6	Juni	227	230	236
7	Juli	200	224	154
8	Agustus	177	179	262

9	September	203	542	1467
10	Oktober	228	715	347
11	November	232	492	246
12	Desember	251	469	220
Total		2717	4176	4298

Sumber: RKM, 2012-2014 dan Hasil Pengolahan, 2015

Tabel 3 menunjukkan bahwa masukan setiap bulan dari tahun 2012 hingga tahun 2014 tidaklah sama. Terjadi kenaikan jumlah masukan dari tahun 2012 hingga tahun 2014. Pada tahun 2012, rata-rata jumlah masukan setiap bulan sekitar 200 masukan. Data menunjukkan hal yang berbeda pada tahun 2013 dan 2014. Terdapat beberapa bulan tertentu yang jumlah masukan pada *Media Center* lebih banyak 2 kali lipat hingga 7 kali lipat dari rata-rata penerimaan per bulannya.

Pada tahun 2014, pada bulan september *Media Center* mendapatkan masukan paling banyak dibandingkan dengan bulan lainnya pada tahun 2014. Banyaknya masukan pada bulan september dikarenakan banyaknya masukan berupa pertanyaan informasi yang mencapai 718 masukan dengan pertanyaan seputar penerimaan CPNS tahun 2014, rumah bahasa, dan BLC. Selain itu, terdapat keluhan sejumlah 288 masukan yang khusus ditujukan pada BKD Kota Surabaya perihal CPNS tahun 2014. Adapun masukan lainnya yang juga dalam jumlah banyak ditujukan pada DPUBMP terkait jalan rusak, perbaikan saluran air, dan perbaikan jalan.

Tabel 4. Masukan berdasarkan Media pada *Media Center*
Tahun 2012-2014

No	Media	Tahun					
		2012		2013		2014	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Situs	999	36,77	1903	45,57	1440	33,50
2	Facebook	740	27,24	1211	29,00	829	19,29
3	SMS	303	11,15	597	14,30	355	8,26
4	Twitter	144	5,30	234	5,60	234	5,44
5	Telepon	248	9,13	146	3,50	548	12,75
6	Media Cetak	240	8,83	42	1,01	24	0,56
7	Email	33	1,21	33	0,79	718	16,71
8	Surat	10	0,37	0	0,00	0	0,00
9	Toll Free	0	0,00	0	0,00	0	0,00
10	Faksimile	0	0,00	0	0,00	0	0,00
11	Portal	0	0,00	10	0,24	24	0,56
12	Datang langsung	0	0,00	0	0,00	126	2,93
Total		2717	100,00	4176	100,00	4298	100,00

Sumber: RKM, 2012-2014 dan Hasil Pengolahan, 2015

Ragam media yang disediakan oleh pemerintah dimanfaatkan oleh

masyarakat sesuai dengan pilihan dan kemudahan dalam mengakses media

tersebut. Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa dari tahun 2012 hingga tahun 2014, masukan pada *Media Center* selalu meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat Kota Surabaya yang memberikan masukannya. Selain itu, hal ini juga mengindikasikan bahwa dari tahun ke tahun, semakin banyak masyarakat yang mengetahui layanan publik berbasis TIK ini dan masyarakat percaya terhadap pelayanan *Media Center*. Dari data yang ada, diketahui bahwa media terbanyak yang menerima masukan dari tahun 2012 hingga tahun 2013 adalah situs. Dalam kurun waktu tiga tahun tersebut, situs menempatkan posisi pertama sebagai media yang paling banyak digunakan masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Kota Surabaya dapat menjangkau dan menggunakan media situs dengan baik. Adapun media kedua dengan penerimaan masukan terbanyak dari tahun 2012 hingga tahun 2014 adalah Facebook yang kemudian diikuti oleh media SMS pada urutan ketiga.

Terjadinya peningkatan maupun penurunan jumlah masukan pada salah satu media tentunya berdasarkan pilihan pengguna. Namun demikian, dapat dilihat dari beberapa pola peningkatan dan penurunan bahwa terdapat kecenderungan tertentu pada masyarakat dalam menggunakan media. Media yang berbasis secara *online* cenderung lebih banyak menerima masukan daripada media lainnya. Media *online* disini seperti situs, facebook, surel, dan

twitter. Adapun pada media cetak dan surat selalu mengalami penurunan jumlah masukan. Hal ini dapat dikarenakan sulitnya interaksi dua arah jika menggunakan media cetak. Dengan demikian, masyarakat perlahan beralih dari media cetak maupun surat ke media *online*.

Selain media yang mengalami peningkatan maupun penurunan jumlah masukan, terdapat media yang tidak pernah menerima masukan pada kurun waktu tahun 2012 hingga 2014. Media *toll free* dan faksimile tidak pernah digunakan oleh masyarakat dalam mengakses *Media Center*. Hal ini dikarenakan tidak semua orang mengetahui layanan *toll free* dan tidak semua memiliki alat faksimile. Adapun pada media portal, masih dalam tahap pengembangan yang akan diintegrasikan dengan data kependudukan Kota Surabaya. Meskipun *Media Center* banyak memberikan ragam media yang dapat diakses masyarakat, layanan ini juga melayani masukan yang diajukan langsung oleh masyarakat yang mendatangi kantor *Media Center*. Hal ini untuk mempermudah masyarakat yang hendak memberikan masukannya secara langsung.

Banyaknya penggunaan media *online* oleh masyarakat dalam menyampaikan masukannya pada *Media Center* mengindikasikan bahwa sebagian masyarakat Kota Surabaya telah mampu mengakses dan menggunakan media *online*. Pemerintah Kota Surabaya telah melakukan program *Broadband*

Learning Center sebagai pusat pembelajaran TIK dimana masyarakat dapat mengikuti kelas pembelajaran secara gratis. Melalui BLC, masyarakat dapat belajar pemanfaatan perkembangan teknologi dengan materi-materi yang dibutuhkan pada saat ini seperti *open office*, desain grafis, internet, dan aplikasi android. Lokasi BLC yang banyak juga mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan tersebut.

Pemilihan ragam media dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya setelah menyelenggarakan observasi di masyarakat. Terdapat beberapa sosial media yang digunakan seperti situs, facebook, dan twitter. Pemerintah berusaha untuk mempromosikan transparansi dan memajukan pelayanan publik dengan menggunakan media sosial pada lingkup pemerintah dan media sosial ini menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat (Oliveira dan Welch, 2013). Pada intinya, pemanfaatan media sosial dalam administrasi publik memiliki fitur kolaboratif, dapat dilacak kembali, mudah dicari, dan terbuka (Criado, Sandoval-Almazan, dan Gil-Garcia, 2013).

Pemanfaatan media sosial dan perkembangan TIK pada *Media Center* sebagai salah satu layanan *e-government* di Kota Surabaya. Model yang digunakan dalam mengoperasikan *Media Center* yakni *government to citizen* (G2C). Konsep *e-government* pada *Media Center*

ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di mana ragam media yang disediakan untuk memberikan masukan sebagian besar dapat diakses tanpa harus datang langsung ke *Media Center*. Pemerintah Kota Surabaya berupaya agar masyarakat dapat memberikan masukan di manapun dan kapanpun dengan cara yang mudah. Sebagai titik awal agar masyarakat dapat berpartisipasi dalam layanan *e-government* maka kebutuhan pertama yang harus disediakan adalah pilihan alat atau media dan tindakan operasional yang dapat digunakan oleh masyarakat (Monfaredzadeh dan Kruegur, 2015). Oleh sebab itu, *Media Center* telah menyediakan ragam media yang dapat digunakan oleh masyarakat. *Media Center* dapat menjadi cikal bakal program-program pemerintah kedepannya yang dibuat atas dasar masukan dan juga dapat menjadi tempat sosialisasi layanan-layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi lainnya dari Pemerintah Kota Surabaya kepada masyarakat.

Konsep *e-government* ini sendiri menunjang terwujudnya *Surabaya Smart city* ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi pada sebagian besar aktivitas masyarakatnya. TIK menjadi kunci dari pengembangan *Smart city* itu sendiri (Chourabi dkk, 2012). Terbentuknya *Smart city* di Kota Surabaya tentunya dikarenakan adanya usaha Pemerintah Kota Surabaya dalam mengembangkan layanan *e-government*, masyarakat

yang mengakses layanan, dan tersedianya teknologi yang memadai dalam memberikan layanan tersebut. Jika dilihat dari 2 pendekatan menurut Walravens (2014), maka Kota Surabaya telah menggabungkan pendekatan *top-down* dan *bottom-up* dalam menyelenggarakan *Smart city*, yakni konsep *Smart city* sebagai platform inovasi lokal. Hal ini dikarenakan telah terbentuknya hubungan antara masyarakat dengan pemerintah yang masing-masing memberikan kontribusinya sesuai dengan perannya dan setiap saat semakin memiliki pengalaman dan kemampuan yang lebih baik.

Adanya *Media Center* secara langsung menunjang terwujudnya *Surabaya Smart city*. Meski demikian, diperlukan konsistensi terhadap layanan ini dan penguatan lebih dalam lagi pada *Media Center* di mana layanan yang dirasa masih kurang perlu diperbaiki. *Smart city* menjadikan masyarakat sebagai komunitas yang dapat memanfaatkan teknologi, saling berhubungan dan berkelanjutan, menimbulkan rasa nyaman, menarik, dan aman (Lazaroiu dan Roscia, 2012). Bentuk komunitas tersebut dapat dilihat dari adanya Kelompok Informasi Masyarakat yang ada di Kota Surabaya. Melalui KIM, masyarakat diharapkan dapat lebih mengenal perkembangan teknologi dan mengetahui informasi yang ada di Kota Surabaya. Selain itu, adanya program BLC sangat membantu masyarakat dalam memahami penggunaan TIK. Kedepannya, Pemerintah Kota Surabaya berusaha untuk menerapkan

berbagai program dengan basis teknologi informasi dan komunikasi dengan mengembangkan situs, sistem, maupun aplikasi layanan masyarakat dan juga interaksi antar SKPD dan Unit. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kinerja Pemerintah Kota Surabaya.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Media Center* berupa program Pemerintah Kota Surabaya berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan untuk menerima masukan keluhan, saran, pertanyaan informasi, dan apresiasi dari masyarakat untuk dapat ditindaklanjuti dengan menggunakan media telepon, faksimile, SMS/MMS, situs www.surabaya.go.id, surat elektronik mediacenter@surabaya.go.id, facebook Sapawarga Kota Surabaya, twitter @SapawargaSby, portal sapawarga.surabaya.go.id, maupun datang langsung pada kantor *Media Center*.
2. *Media Center* telah dimanfaatkan sejak tahun 2012 hingga tahun 2014 dengan jumlah masukan yang selalu meningkat oleh masyarakat Kota Surabaya untuk memberikan masukan yang berkaitan dengan program pemerintah, infrastruktur, pendidikan, lingkungan, dan sosial di Kota Surabaya.
3. Layanan publik *Media Center* menunjang terwujudnya *Surabaya Smart city* dengan memanfaatkan

media sosial dan perkembangan TIK di Kota Surabaya yang ditunjang dengan program *Broadband Learning Center* serta pembentukan Kelompok Informasi Masyarakat Kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Almarabeh, T., dan Ali, A. A.(2010). A General Framework for *E-government*: Definition Maturity Challenges, Opportunities, and Success. *European Journal of Scientific Research Vol. 39 No. 1*.
- Angelidou, M. (2015). Smart Cities: A Conjunction of Four Forces. *Cities*, 47, hal 95-106.
- Chourabi, H., dkk.(2012). Understanding Smart Cities: An Integrative Framework.45th *Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Criado, J. I., Sandoval-Almazan, R., dan Gil-Garcia, J. R. (2013). Government Innovation Trough Social Media. *Government Information Quarterly*, 30, hal 319-326.
- Giffinger, R., Fertner, C., Khamar, H., Kalasek, R., Pichler-Milanovic, N., Meijers, E.(2007). *Smart Cities-Ranking of European meduim-sized cities*. Final Report.
- Lazaroiu, G. C., dan Roscia M. (2012). Definition Methodology for The Smart Cities Model. *Energy*, 47, 326-332.
- Lee, J. H., Hancock, M. G., dan Hu, Mei-Chih. (2014). Towards an Effective Framework for Building Smart Cities: Lessons from Seoul and San Fransisco. *Technological Forecasting and Social Change*, 89, hal 80-99.
- Monfaredzadeh, T., dan Krueger, R. (2015). Investigating Social Factors os Sustainability in A Smart City. *Procedia Engineering*, 118, hal 1112-1118.
- Oliveira, G. H. M., dan Welch, E. W. (2013). Social Media Use in Local Government: Linkage of Technology, Task, and Organizational Context. *Government Information Quarterly*, 30, hal 397-405.
- Rachmawati, R.(2014). *Pengembangan Perkotaan dalam Era Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rodriguez Boliviar, M. P.,Munoz, L. A., dan Lopez Hernandez. A. M.(2012).Studying *E-government*:Research Methodologies, Data Compilation Techniques And Future Outlook. *Academia, Revista Latinoamericana de Administracion*, 51.
- Sharma, G., Bao, X., dan Qian, W.(2012). Public Attitude, Service Delivery and Bureaucratic Reform in *e-government*: A Conceptual Framework.*Information Technology Journal - Asian Network for Scientific Information*.
- Walvarens, N. (2015). Mobile City Applications for Brussels Citizens: Smart City Trends, Challenges, and A Reality Check. *Telematics and Informatics*, 32, hal 282-299.